n° 16 / février 06

statistiques en bref

Observatoire de la culture et des communications du Québec

PROFIL DES ÉTABLISSEMENTS SPÉCIALISÉS EN PRODUCTION MULTIMÉDIA EN 2003-2004 AU QUÉBEC

Par CHRISTINE ROUTHIER, chargée de projet, OCCQ
Avec la participation de RÉJEAN CHEVALIER, économiste, ISQ

L'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) publie dans ce bulletin les résultats de l'*Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2003-2004*, projet mené à bien grâce à la collaboration de l'Alliance numériQC.

Le but du projet était de dresser le profil d'un groupe bien précis d'établissements, soit ceux qui se spécialisent dans la production multimédia ou dans les services de soutien à la production multimédia. Dans les pages qui suivent, il sera question de l'ancienneté de ces établissements, de leur répartition géographique, de leurs revenus et dépenses, de leurs produits, de leurs marchés, de leur clientèle, de leurs emplois et, enfin, de la valeur ajoutée qu'ils représentent au sein de l'économie québécoise. Les données portent sur l'exercice financier 2003-2004[1]. **Il est important de noter que tous les résultats présentés ici sont le fruit de calculs d'estimation et qu'à ce titre, ils doivent être compris comme des approximations de la réalité et non comme leur reflet exact**.

Les établissements visés

Les résultats présentés ici ne portent pas sur l'ensemble des établissements impliqués dans l'industrie du multimédia, mais seulement sur ceux que, pour les besoins du projet, nous avons appelés les « établissements spécialisés en production multimédia ». Ces établissements sont ceux qui, en 2003-2004, avaient comme activité principale[4] la création/idéation, le développement, la production ou l'édition de produits de type multimédia[5] ou encore l'offre de services de soutien à la production de produits multimédias, tels que scénarisation/idéation, programmation, infographie, animation, numérisation, traitement du son/de l'image, intégration. L'enquête exclut, entre autres, les établissements dont l'activité principale est :

- la distribution, la diffusion ou la vente au détail de produits multimédias;

1. Les dates de début et de fin de cet exercice financier varient selon les établissements. Pour chaque établissement, il s'agissait d'un exercice financier complet (12 mois) s'étant terminé entre le 1er novembre 2003 et le 31 octobre 2004.
2. Le taux de réponse à l'enquête est de 73 %.
3. Pour mener certains de ses projets, l'Observatoire consulte des données administratives que détient Revenu Québec concernant les établissements du Québec. Pour ce faire, l'Observatoire a conclu avec Revenu Québec une entente, approuvée par la Commission d'accès à l'information. Cette entente prévoit l'application de règles et de mécanismes rigoureux pour garantir la plus stricte confidentialité de l'information consultée par l'Observatoire.
4. Il s'agit de l'activité principale de l'établissement ou d'une unité qui, à l'intérieur de l'établissement, compte au moins cinq employés. L'activité dite « principale » est celle qui est la plus importante en matière de pourcentage des revenus totaux qu'elle génère (même si elle n'est pas source de la *majorité* des revenus).
5. Aux fins de ce projet, on entend par produit multimédia un document numérique interactif qui réunit sur un même support plus d'un média (texte, son, images fixes ou animées). Ce produit peut être destiné à des ordinateurs, à des consoles, à des bornes interactives, à la télévision interactive, aux téléphones cellulaires, aux assistants numériques de poche ou à d'autres modes de diffusion.

Québec

2007-037537

- la simple diffusion de contenu sur le Web;
- la fourniture de services informatiques;
- la conception ou la production de logiciels d'application, de systèmes transactionnels (paiement en ligne, par exemple) ou de systèmes de communication (visioconférence, clavardage, etc.);
- les services de gestion de serveurs, d'accès à Internet ou d'hébergement de sites;
- l'exploitation d'infrastructures ou de réseaux de communication numérique.

Méthodologie

La source des données

La méthode utilisée pour l'enquête est le recensement auprès de tous les établissements de la population visée (plutôt que le sondage auprès d'un échantillon). Un questionnaire a été posté à tous les établissements et les données ont ensuite été recueillies par téléphone, à l'aide du logiciel CATI, au cours de l'automne 2004 et de l'hiver 2005. Toutefois, certains des établissements sollicités n'ont pas transmis les informations demandées[2]. L'Observatoire a donc dû effectuer des travaux statistiques pour estimer les résultats relatifs à l'ensemble de la population visée. Les résultats estimés sont basés sur les données recueillies directement auprès des établissements ainsi que sur des données administratives que détient Revenu Québec[3] au sujet des établissements concernés par l'enquête.

Les estimations statistiques

Puisqu'ils sont le fruit de calculs d'estimation, tous les chiffres présentés dans ce bulletin doivent être compris comme des approximations de la réalité qu'ils décrivent et non comme leur reflet exact. Ces estimations sont fiables puisque la marge d'erreur calculée par les statisticiens de l'Institut de la statistique du Québec est généralement minime. On note toutefois quelques estimations de précision passable ou faible, à cause de la moins bonne qualité de l'information à la source des calculs d'estimation, dans le cas de certaines variables ou certains croisements de variables. Ces estimations moins fiables sont marquées d'un astérisque dans les tableaux et on doit les utiliser avec précaution.

Signes conventionnels

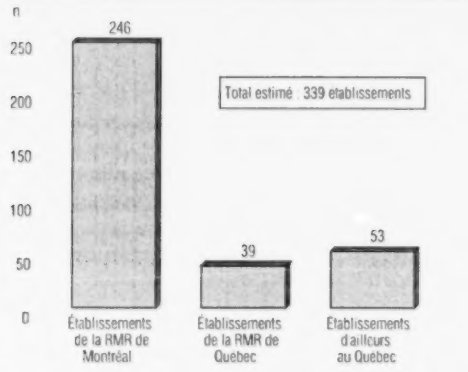
..	Donnée non disponible	x	Donnée confidentielle
...	N'ayant pas lieu de figurer	k	Millier
–	Néant ou zéro	M	Million
—	Donnée infime		

Des établissements jeunes, concentrés dans la RMR de Montréal

Selon les résultats de l'enquête menée par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec, on peut estimer à 339 le nombre d'établissements spécialisés en production multimédia en 2003-2004, au Québec. Les trois quarts de ces établissements (soit environ 246) sont situés dans la région métropolitaine de recensement (RMR) de Montréal. On en trouve une quarantaine dans la RMR de Québec et une cinquantaine ailleurs au Québec (figure 1).

Figure 1

Nombre estimé d'établissements spécialisés en production multimédia dans diverses régions, Québec, 2003-2004



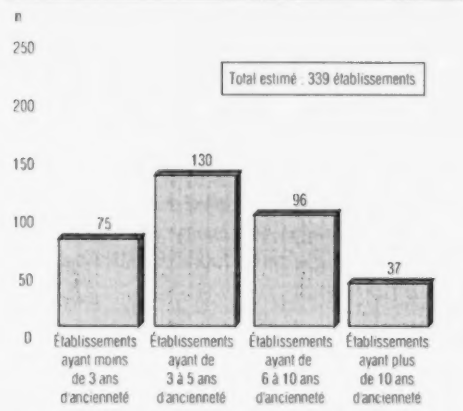
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec

L'ancienneté

En général, les établissements à l'étude œuvrent dans le domaine du multimédia depuis relativement peu d'années : l'ancienneté moyenne dans le domaine est de six ans. En fait, 61 % des établissements ont moins de 6 ans d'ancienneté et seulement 11 % ont plus de 10 ans d'ancienneté dans le domaine du multimédia. C'est dans la RMR de Montréal qu'on trouve la plus forte proportion d'établissements anciens (tableau 1).

Figure 2

Nombre estimé d'établissements spécialisés en production multimédia pour diverses classes d'ancienneté dans le domaine du multimédia, Québec, 2003-2004



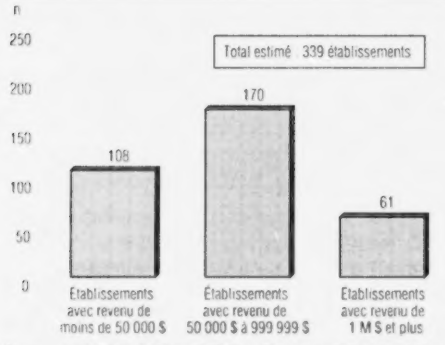
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec

La taille des revenus

Environ le tiers des établissements peuvent être qualifiés de « petits » établissements, c'est-à-dire dont le revenu total pour l'exercice 2003-2004 est inférieur à 50 000 $. La moitié est constituée d'établissements moyens (revenu de 50 000 $ à 999 999 $) et seulement 18 % (soit une soixantaine d'établissements) ont un revenu supérieur à 1 000 000 $ (figure 3).

Figure 3

Nombre estimé d'établissements spécialisés en production multimédia dans diverses catégories de revenu, Québec, 2003-2004



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

L'importance de la production multimédia au sein des revenus

Les établissements étudiés, bien qu'ils soient spécialisés en production multimédia, peuvent aussi avoir d'autres activités. L'Observatoire leur a donc demandé quelle part de leurs revenus totaux provenait d'activités liées à la production de produits multimédias. Les résultats obtenus permettent de conclure que, pour la très grande majorité des établissements (85 %), la production multimédia est une activité centrale puisqu'elle représente au moins 60 % des revenus totaux de l'établissement (tableau 1).

Tableau 1

Profil estimé des établissements spécialisés en production multimédia selon la RMR, Québec, 2003-2004[1]

	Ensemble des établissements		Établissements de la RMR de Montréal		Établissements de la RMR de Québec		Établissements d'ailleurs au Québec	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Établissements	**339**	**100**	**246**	**100**	**39**	**100**	**53**	**100**
Ancienneté dans le domaine du multimédia								
Établissements ayant moins de 3 ans d'ancienneté	**75**	**22**	59	24	5*	12*	11	20
Établissements ayant de 3 à 5 ans d'ancienneté	**130**	**39**	97	40	12	30	21	40
Établissements ayant de 6 à 10 ans d'ancienneté	**96**	**29**	58	24	21	52	18	34
Établissements ayant plus de 10 ans d'ancienneté	**37**	**11**	32	13	2*	6*	3*	7*
Nombre moyen d'années d'ancienneté dans le multimédia	**6**	**...**	6	...	6	...	6	...
Taille des revenus								
Établissements ayant un revenu total inférieur à 50 000 $	**108**	**32**	80	33	9*	22	19	36
Établissements ayant un revenu total de 50 000 $ à 999 999 $	**170**	**50**	115	47	x	x	x	x
Établissements ayant un revenu total de 1 000 000 $ et plus	**61**	**18**	52	21	x	x	x	x
Importance de la production multimédia au sein des revenus								
Établissements dont la production multimédia représente 60 % et plus des revenus	**286**	**85**	210	85	33	85	43	80
Établissements dont la production multimédia représente moins de 60 % des revenus	**52**	**16**	36	15	6*	15*	11	20

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent.

* Donnée à utiliser avec prudence, à titre indicatif seulement, car l'estimation statistique est d'une précision passable ou faible.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

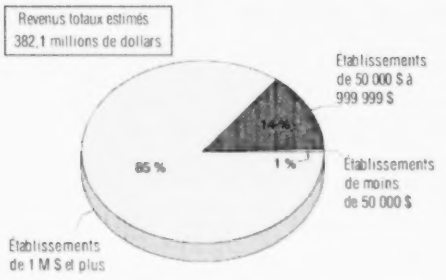
Des revenus totaux de 382,1 millions de dollars

Les revenus totaux de l'ensemble des établissements spécialisés en production multimédia sont estimés à 382,1 millions de dollars pour l'exercice 2003-2004. Comme le montrent les figures 4 et 5, ce sont les grosses entreprises et celles qui sont situées dans la RMR de Montréal qui génèrent l'essentiel de ces revenus. Les 382,1 millions de dollars sont principalement des revenus d'exploitation provenant de la vente des biens et services, tandis que les subventions, crédits d'impôt et octrois des gouvernements comptent pour 14 % (tableau 2).

Par ailleurs, sur ces 382,1 millions de dollars, la part qui provient spécifiquement d'activités liées à la production de produits multimédias est de 85 %, c'est-à-dire 323,5 millions de dollars (tableau 2). C'est sur cette portion précise des revenus, que nous appellerons « revenus provenant des produits multimédias » que nous nous attarderons dans les pages qui suivent. Fait à souligner, pour 78 % des établissements visés par l'enquête, ces « revenus provenant des produits multimédias » sont égaux ou supérieurs à ceux de l'exercice antérieur (2002-2003). Ils ont diminué pour 22 % des établissements (tableau 4).

Figure 4

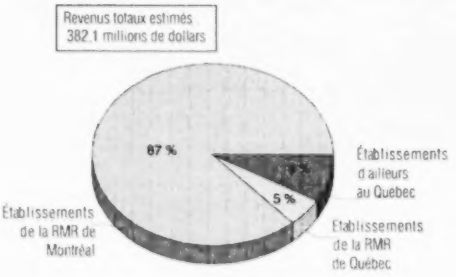
Répartition des revenus de l'ensemble des établissements spécialisés en production multimédia selon la catégorie de revenu des établissements, Québec, 2003-2004



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 5

Répartition des revenus de l'ensemble des établissements spécialisés en production multimédia selon la RMR, Québec, 2003-2004



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 2

Estimation des revenus des établissements spécialisés en production multimédia selon la taille du revenu des établissements, Québec, 2003-2004[1]

	Ensemble des établissements		Établissements de moins de 50 000 $		Établissements de 50 000 $ à 999 999 $		Établissements de 1 M $ et plus	
	$	%	$	%	$	%	$	%
Revenus totaux	**382 083 686**	**100**	**2 012 456**	**100**	**53 569 850**	**100**	**326 501 381**	**100**
Revenus d'exploitation provenant des produits ou services	**314 126 257**	**82**	1 847 436	92	44 033 563	82	268 245 258	82
Subventions, crédits d'impôt et octrois des gouvernements	**54 631 443**	**14**	97 236*	5*	7 495 503	14	47 038 704	14
Autres revenus	**13 325 986***	**3***	67 783*	3*	2 040 784*	4*	11 217 419*	3*
Portion des revenus totaux provenant de produits ou services liés à la production multimédia	**323 501 711**	**85**	1 765 612	88	46 247 392	86	275 488 707	84
Revenus moyens par établissement	**1 128 007**	**...**	**18 693**	**...**	**315 171**	**...**	**5 344 287**	**...**
Portion des revenus moyens provenant de produits ou services liés à la production multimédia	**955 058**	**...**	16 400	...	272 090	...	4 509 294	...

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent. De la même manière, si on recalculait une moyenne à partir des deux chiffres estimés qui la composent, le résultat pourrait différer légèrement de la moyenne figurant dans le tableau.

* Donnée à utiliser avec prudence, à titre indicatif seulement, car l'estimation statistique est d'une précision passable ou faible.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec

Tableau 3

Estimation des revenus des établissements spécialisés en production multimédia selon la RMR, Québec, 2003-2004[1]

	Ensemble des établissements		Établissements de la RMR de Montréal		Établissements de la RMR de Québec		Établissements d'ailleurs au Québec	
	$	%	$	%	$	%	$	%
Revenus totaux	**382 083 686**	**100**	**330 590 011**	**100**	**19 686 066**	**100**	**31 807 610***	**100**
Revenus d'exploitation provenant des produits ou services	**314 126 257**	**82**	269 898 257	82	15 757 816	80	28 470 184*	90
Subventions, crédits d'impôt et octrois des gouvernements	**54 631 443**	**14**	48 532 453	15	2 816 281	14	3 282 708*	10
Autres revenus	**13 325 986***	**3***	12 159 301*	3*	1 111 969*	6*	54 717*	... *
Portion des revenus totaux provenant d'activités liées à la production de produits multimédias	**323 501 711**	**85**	278 721 697	84	17 806 704	90	26 973 310*	85
Revenus moyens par établissement	**1 128 007**	**...**	**1 342 964**	**...**	**500 017**	**...**	**598 007***	**...**
Portion des revenus moyens provenant d'activités liées à la production de produits multimédias	**955 058**	**...**	1 132 258	...	452 282	...	507 118*	...

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent. De la même manière, si on recalculait une moyenne à partir des deux chiffres estimés qui la composent, le résultat pourrait différer légèrement de la moyenne figurant dans le tableau.

* Donnée à utiliser avec prudence, à titre indicatif seulement, car l'estimation statistique est d'une précision passable ou faible.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec

Comparaison des revenus provenant des produits multimédias avec ceux de l'exercice précédent, selon la taille du revenu des établissements et selon la RMR, Québec, 2003-2004

	Ensemble des établissements	Établissements de moins de 50 000 $	Établissements de 50 000 $ à 999 999 $	Établissements de 1 M $ et plus	Établissements de la RMR de Montréal	Établissements de la RMR de Québec	Établissements d'ailleurs au Québec
				%			
Tous les établissements admissibles à la question	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Établissements avec revenus provenant du multimédia plus élevés qu'à l'exercice précédent	**58**	61	56	60	58	56	63
Établissements avec revenus provenant du multimédia équivalents à ceux de l'exercice précédent	**20**	14	22	25	21	19	15*
Établissements avec revenus provenant du multimédia moins élevés qu'à l'exercice précédent	**22**	25	22	15	21	25	22

* Donnée à utiliser avec prudence, à titre indicatif seulement, car l'estimation statistique est d'une précision passable ou faible.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les produits pour le Web, l'ordinateur et la console domestique génèrent la large part des revenus

Comme le montre la figure 7, les produits multimédias qui génèrent le plus de revenus chez les établissements visés par l'enquête sont ceux qu'on destine au Web (99,1 millions de dollars), à l'ordinateur (89,8 millions) et à la console domestique (58,3 millions). Le travail de réalisation de produits pour le Web est une activité très répandue puisque 77 % des établissements en tirent des revenus. Dans le cas des produits multimédias qui ont l'ordinateur pour support, c'est la moitié des établissements qui sont concernés (tableau 5). Mentionnons qu'en 2003-2004, certains types de supports semblent avoir assez peu d'importance dans la production multimédia québécoise, leur revenu respectif tournant autour de 1 million de dollars : la borne interactive (1,1 million), l'assistant numérique de poche (0,9 million) et la télévision interactive (0,8 million).

Figure 6

Nombre estimé d'établissements spécialisés en production multimédia ayant des revenus provenant de divers supports multimédias, Québec, 2003-2004

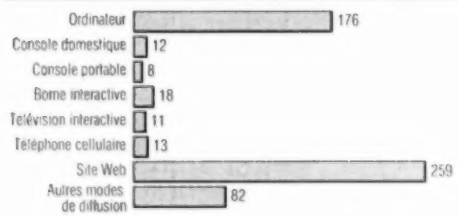


Figure 7

Répartition des revenus provenant du multimédia selon le type de support, établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2003-2004

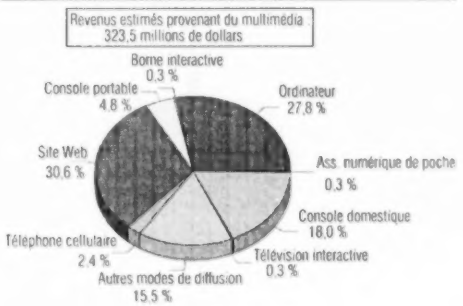


Tableau 5

Estimation des revenus provenant de différents supports multimédias, chez les établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2003-2004

	Établissements ayant des revenus provenant de ce support[1]		Revenus[2]	
	n	%	$	%
Tous les supports multimédias[2]	...	...	**323 501 711**	**100,0**
Ordinateur	176	52	89 806 290	27,8
Console domestique	12	4	58 300 877	18,0
Console portable	8	2	15 473 064	4,8
Borne interactive	18	5	1 061 047*	0,3*
Télévision interactive	11	3	846 782	0,3
Téléphone cellulaire	13	4	7 902 593*	2,4*
Assistant numérique de poche	x	x	866 066*	0,3*
Site Web	259	77	99 128 158	30,6
Autres modes de diffusion	82	24	50 116 833	15,5

1. Un établissement peut avoir des revenus de plusieurs types de supports à la fois.
2. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent.

* Donnée à utiliser avec prudence, à titre indicatif seulement, car l'estimation statistique est d'une précision passable ou faible.

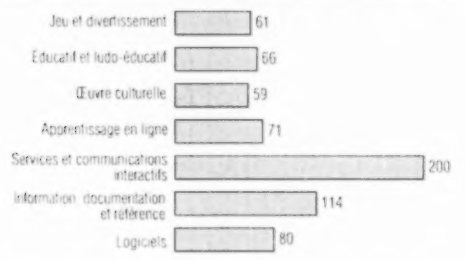
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec

Le jeu et le divertissement occupent une place importante

Lors de l'enquête, les établissements devaient répartir leurs revenus selon les différents types de produits multimédias dont ils proviennent. Les résultats permettent de constater que les produits de jeu et de divertissement occupent une place de choix, puisqu'ils génèrent un peu plus du tiers des revenus totaux provenant du multimédia, soit 117,0 millions de dollars (tableau 6). Le nombre d'établissements impliqués dans la production de jeu et de divertissement est estimé à 61 (figure 8). Les services et communications interactifs forment un autre créneau important, puisqu'ils engendrent des revenus de 94,8 millions et que 200 établissements y sont actifs en 2003-2004. Le tableau 6 présente les résultats relatifs aux cinq autres catégories de produits mentionnées lors de l'enquête (éducatif, culturel, apprentissage en ligne, documentaire et logiciel).

Figure 8

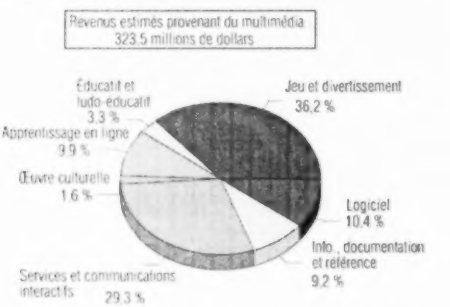
Nombre estimé d'établissements spécialisés en production multimédia ayant des revenus provenant de divers produits multimédias, Québec, 2003-2004



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 9

Répartition des revenus provenant du multimédia selon le type de produit, établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2003-2004



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 6

Estimation des revenus provenant de différents produits multimédias, dans les établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2003-2004

	Établissements ayant des revenus provenant de ce produit[1]		Revenus[2]	
	n	%	$	%
Tous les produits multimédias[2]	...	...	**323 501 711**	**100,0**
Jeu et divertissement	61	18	117 027 775	36,2
Éducatif et ludo-éducatif	66	20	10 711 386	3,3
Œuvre culturelle	59	17	5 323 901	1,6
Apprentissage en ligne	71	21	32 069 271*	9,9*
Services et communications interactives	200	59	94 814 563	29,3
Information, documentation et référence	114	34	29 903 632	9,2
Logiciels	80	24	33 638 009*	10,4*

1. Un établissement peut avoir des revenus de plusieurs types de produits à la fois.
2. La liste de produits multimédias présentée ici n'est pas totalement exhaustive. D'autres types de produits multimédias pourraient avoir généré des revenus.
* Donnée à utiliser avec prudence, à titre indicatif seulement, car l'estimation statistique est d'une précision passable ou faible.

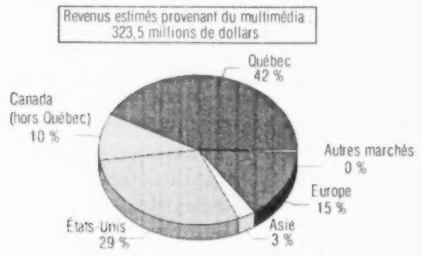
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Près de 60 % des revenus du multimédia provient de l'extérieur du Québec

En 2003-2004, 58 % des revenus générés par la production multimédia des établissements étudiés provient de l'extérieur du Québec, ce qui représente une rentrée d'argent estimée à 186,6 millions de dollars (dont 95,2 millions venant des États-Unis et 48,6 millions, du marché européen). En examinant le tableau 7, on remarque que la part des revenus du multimédia provenant du Québec est particulièrement faible dans les établissements dont le revenu total est de 1 000 000 $ et plus (36 % de leurs revenus) et les établissements de la RMR de Montréal (36 % de leurs revenus). Les autres établissements, c'est-à-dire ceux qui sont moyens ou petits, et ceux qui se trouvent à l'extérieur de la région de Montréal récoltent la majorité de leurs revenus sur le marché québécois.

Figure 10

Répartition des revenus provenant du multimédia selon divers marchés, établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2003-2004



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 7

Estimation des revenus provenant des produits multimédias pour différents marchés, selon la taille du revenu des établissements et selon la RMR, Québec, 2003-2004[1]

	Ensemble des établissements		Établissements de moins de 50 000 $	Établissements de 50 000 $ à 999 999 $	Établissements de 1 M $ et plus	Établissements de la RMR de Montréal	Établissements de la RMR de Québec	Établissements d'ailleurs au Québec
	$	%	%					
Revenus provenant des produits multimédias	**323 501 711**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Revenus provenant du marché québécois	**136 854 904**	**42**	88	80	36	36	64	92
Revenus provenant du marché canadien (hors Québec)	**31 958 364**	**10**	5	10	10	11	5*	3*
Revenus provenant du marché des États-Unis	**95 177 366**	**29**	2*	5	34	32	28*	1*
Revenus provenant du marché européen	**48 627 191**	**15**	3*	6	17	17	2*	4*
Revenus provenant du marché asiatique	**9 730 894**	**3**	1*	—*	4	x	x	x
Revenus provenant d'autres marchés	**1 152 992***	—*	1*	—*	*	x	x	x

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent.

* Donnée à utiliser avec prudence, à titre indicatif seulement, car l'estimation statistique est d'une précision passable ou faible.

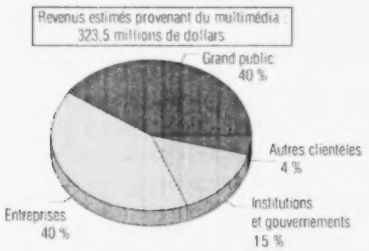
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Le grand public et les entreprises sont les principaux clients

L'Observatoire de la culture et des communications du Québec a demandé aux établissements de répartir leurs revenus liés aux produits multimédias selon le type de clientèle dont ils émanent. Les estimations produites grâce à cette question montrent que, dans l'ensemble, la clientèle du grand public et celle des entreprises génèrent chacune 40 % des revenus, tandis que la clientèle institutionnelle et gouvernementale amène 15 % des revenus (figure 11). Fait à noter, les établissements établis hors des régions métropolitaines de Montréal et de Québec affichent un profil particulier en ce qui concerne la clientèle pour laquelle ils travaillent : seulement 2 % de leurs revenus provient du grand public, 56 % est dû à la clientèle institutionnelle et gouvernementale et 42 %, à la clientèle des entreprises (tableau 8).

Figure 11

Répartition des revenus provenant du multimédia selon diverses clientèles, établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2003-2004



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 8

Estimation de la part des revenus multimédias provenant de diverses clientèles, selon la taille du revenu des établissements et selon la RMR, Québec, 2003-2004[1]

	Ensemble des établissements	Établissements de moins de 50 000 $	Établissements de 50 000 $ à 999 999 $	Établissements de 1 M $ et plus	Établissements de la RMR de Montréal	Établissements de la RMR de Québec	Établissements d'ailleurs au Québec
				%			
Revenus provenant des produits multimédias	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Revenus provenant de la clientèle grand public	40	31	27	43	43	50	2*
Revenus provenant de la clientèle des entreprises	40	52	53	38	41	34	42
Revenus provenant de la clientèle institutionnelle et gouvernementale	15	16	16	14	11	15*	56
Revenus provenant d'autres clientèles	4*	1*	4*	4*	5*	1*	...

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent.

* Donnée à utiliser avec prudence, à titre indicatif seulement, car l'estimation statistique est d'une précision passable ou faible.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les dépenses

Comme on peut s'y attendre dans une industrie de services, la rémunération occupe une part prépondérante des dépenses des établissements spécialisés en production multimédia, soit 60 % dans l'ensemble. Les petits établissements (ceux dont les revenus sont inférieurs à 50 000 $) font cependant exception à la règle, puisque seulement 16 % de leurs dépenses sont consacrées à la rémunération. Cette situation s'explique par le fait que ces établissements ne comptent souvent qu'un seul travailleur, qui est en fait le propriétaire de l'entreprise et qui ne reçoit pas de salaire en tant que tel. On trouvera au tableau 9 le détail des dépenses des établissements selon différents postes budgétaires.

Tableau 9

Estimation des dépenses des établissements spécialisés en production multimédia, selon le revenu des établissements et selon la RMR, Québec, 2005[1]

	Ensemble des établissements		Établissements de moins de 50 000 $	Établissements de 50 000 $ à 999 999 $	Établissements de 1 M $ et plus	Établissements de la RMR de Montréal	Établissements de la RMR de Québec	Établissements d'ailleurs au Québec
	$	%	%					
Dépenses totales	**362 632 631**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Rémunération[2]	**219 196 158**	**60**	16	52	62	60	55	69
Matières premières, équipement, fournitures	**17 422 255**	**5**	18	5	5	5	4	3*
Achats de services	**93 029 127**	**26**	53	32	24	26	26	24
Sous-traitance et services professionnels	**34 582 298**	**10**	27	14	9	9	10	15
Frais de téléphone et de télécommunication	**5 859 171**	**2**	6	2	2	2	2	1
Paiement de droits relatifs à des licences	**4 963 182**	**1**	1*	1	1	1	1	—
Autres achats de services	**47 624 476**	**13**	19	15	13	14	13	7
Autres dépenses	**32 985 089**	**9**	12	10	9	9	15*	4*
Portion des dépenses totales affectée à la production multimédia	**294 788 774**	**81**	85	76	82	80	83	93
Dépenses moyennes par établissement	**1 070 582**	...	...	...	...	...	...	...
Portion des dépenses moyennes affectée à la production multimédia	**870 290**	...	...	...	...	...	...	...

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent. De la même manière, si on recalculait une moyenne à partir des deux chiffres estimés qui la composent, le résultat pourrait différer légèrement de la moyenne figurant dans le tableau.

2. Incluant salaires, traitements, avantages sociaux et sommes versées aux pigistes.

* Donnée à utiliser avec prudence, à titre indicatif seulement, car l'estimation statistique est d'une précision passable ou faible.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les dépenses de R-D

Environ 44 % des établissements spécialisés en production multimédia dépensent pour mener des activités de recherche et développement dans le domaine du multimédia. Les dépenses de R-D de tous ces établissements sont évaluées à 24,2 millions de dollars en 2003-2004, ce qui représente 7 % de leurs dépenses totales. Mentionnons que les établissements de taille moyenne (soit ceux qui ont des revenus de 50 000 $ à 999 999 $) semblent particulièrement enclins à dépenser pour de la R-D : dans ce groupe, 51 % des établissements font de la R-D en multimédia et 14 % des dépenses totales y sont consacrées (tableau 10).

Les dépenses de commercialisation

En 2003-2004, les établissements spécialisés en production multimédia ont dépensé environ 51,8 millions de dollars pour commercialiser leurs produits multimédias, ce qui représente 14 % de leurs dépenses totales. Les résultats de l'enquête montrent que 26 % des dépenses de commercialisation concernent le Québec, 22 % le Canada, et 44 % le marché international (tableau 11).

Tableau 11

Estimation des dépenses de commercialisation des produits multimédias, établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2003-2004[1]

	$	%
Dépenses pour la commercialisation des produits multimédias	**51 823 319**	**100**
Commercialisation régionale	3 964 381	8
Commercialisation au Québec	13 560 610	26
Commercialisation au Canada	11 440 982	22
Commercialisation internationale	22 857 346	44
Proportion des dépenses totales consacrée à la commercialisation de produits multimédias	...	14

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 10

Recherche et développement (R-D) dans le secteur des établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2003-2004[1]

	Établissements ayant des dépenses de R-D en multimédia	Proportion des établissements ayant des dépenses de R-D en multimédia	Dépenses de R-D en multimédia	Proportion des dépenses totales consacrée à la R-D en multimédia
	n	%	$	%
Ensemble des établissements	**148**	**44**	**24 214 213**	**7**
Établissements ayant un revenu total inférieur à 50 000 $	25	23	167 993*	9
Établissements ayant un revenu total de 50 000 $ à 999 999 $	87	51	7 925 377	14
Établissements ayant un revenu total de 1 000 000 $ et plus	37	61	16 120 843	5
Établissements de la RMR de Montréal	110	45	20 083 010	6
Établissements de la RMR de Québec	16	41	1 556 599*	8
Établissements d'ailleurs au Québec	22	4	2 574 604*	10

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent.

* Donnée à utiliser avec prudence, à titre indicatif seulement, car l'estimation statistique est d'une précision passable ou faible.

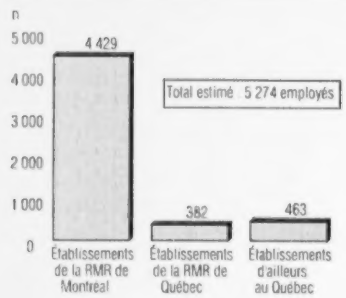
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Un bassin d'environ 5 300 emplois

En 2003-2004, le nombre total de travailleurs pour l'ensemble des établissements spécialisés en production multimédia est estimé à environ 5 274, dont 85 % sont des salariés à temps plein (tableau 12). Comme le montre la figure 12, la très grande majorité des emplois se trouve dans la RMR de Montréal.

Figure 12

Nombre estimé d'employés au sein des établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2003-2004



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 12

Estimation de l'emploi au sein des établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2003-2004[1]

	Tous les employés		Employés dont les tâches principales sont liées à la production de produits multimédias	
	n	%	n	%
Nombre total d'employés	**5 274**	**100**	**4 046**	**100**
Salariés à temps plein	4 479	85	3 574	88
Salariés à temps partiel	139	3	87	2
Pigistes	417	8	277	7
Propriétaires actifs	238	5	108	3
Nombre moyen d'employés par établissement	**16**	...	**12**	...
Salariés à temps plein	13	...	11	...
Salariés à temps partiel	...	...	...	...
Pigistes	1	...	1	...
Propriétaires actifs	1	...	...	...

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent. De la même manière, si on recalculait une moyenne à partir des deux chiffres estimés qui la composent, le résultat pourrait différer légèrement de la moyenne figurant dans le tableau.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 13

L'emploi au sein des établissements spécialisés en production multimédia, selon le revenu des établissements et selon la RMR, Québec, 2003-2004

	Ensemble des établissements		Établissements de moins de 50 000 $		Établissements de 50 000 $ à 999 999 $		Établissements de 1 M $ et plus		Établissements de la RMR de Montréal		Établissements de la RMR de Québec		Établissements d'ailleurs au Québec	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Nombre total d'employés	**5 274**	**100**	**124**	**100**	**1 235**	**100**	**3 915**	**100**	**4 429**	**100**	**382**	**100**	**463***	**100**
Salariés	**4 619**	**88**	21*	17*	987	80	3 611	92	3 871	87	348	91	400*	86
Pigistes	**417**	**8**	11*	9*	150	12	256*	7	381	9	13*	3*	23*	5*
Propriétaires actifs	**238**	**5**	92	74	97	8	48	1	177	4	22	6*	39	8*
Nombre moyen d'employés par établissement	**16**	...	**1**	...	**7**	...	**64**	...	**18**	...	**10**	...	**9**	...

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent. De la même manière, si on recalculait une moyenne à partir des deux chiffres estimés qui la composent, le résultat pourrait différer légèrement de la moyenne figurant dans le tableau.

* Donnée à utiliser avec prudence, à titre indicatif seulement, car l'estimation statistique est d'une précision passable ou faible.

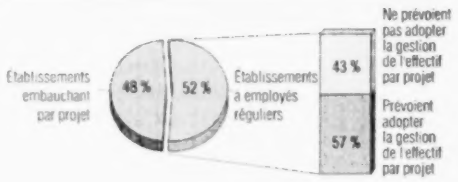
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Le mode de gestion de l'effectif

Lors de l'enquête, l'Observatoire a questionné les établissements spécialisés en production multimédia sur la manière dont ils gèrent leur effectif. Le but de cette question était de savoir si la gestion de l'effectif par projet est un modèle répandu ou en passe de le devenir. Or, il semble qu'à cet égard, en 2003-2004, les établissements se partageaient en deux camps égaux. Les résultats révèlent en effet que, pour la réalisation de leurs travaux en multimédia, 48 % des établissements privilégient la gestion par projet, c'est-à-dire que les travailleurs auxquels ils font appel sont embauchés en fonction de leurs compétences particulières, en vue d'un projet précis auquel ils seront affectés en exclusivité et uniquement pour la durée de celui-ci. L'autre moitié des établissements (52 %) utilise plutôt un bassin d'employés réguliers, qu'ils affectent à différents projets successifs. Cependant, parmi ces « établissements à employés réguliers », 57 % prévoient adopter la gestion de l'effectif par projet au cours des deux prochaines années (figure 13).

Figure 13

Mode de gestion de l'effectif privilégié par les établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2003-2004



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

UNE CONTRIBUTION DE 220 MILLIONS DE DOLLARS À L'ÉCONOMIE QUÉBÉCOISE

Par RÉJEAN CHEVALIER, économiste, ISQ

Pour terminer, examinons brièvement la contribution des établissements spécialisés en production multimédia à l'ensemble de l'économie québécoise. Cette contribution est mesurée sur la base de la valeur ajoutée (ou « produit intérieur brut ») et de l'emploi.

L'expression « valeur ajoutée » est utilisée pour décrire la valeur nette de la production d'une industrie. Pour l'essentiel, cette valeur ajoutée correspond à la différence entre la valeur des extrants d'une industrie et la valeur des intrants achetés auprès d'autres producteurs de biens et services et utilisés par cette industrie pour produire ses extrants. En fait, la valeur ajoutée correspond à la valeur totale de la rémunération, des bénéfices, ainsi que des cotisations sociales, intérêts, impôts, taxes et amortissements pour tous les établissements d'une industrie.

La valeur ajoutée des établissements spécialisés en production multimédia atteint 220 millions de dollars en 2003-2004. Conformément à la notion décrite au paragraphe précédent, cette valeur résulte de la différence entre les revenus d'exploitation des 339 établissements concernés (extrants) et la valeur des matières premières et services achetés (intrants) par ces établissements pour assurer la production (tableau 14). La part de ces établissements dans l'économie québécoise, en matière de production ou d'emploi, s'établit à 0,1 % en 2003-2004 (tableau 15).

Pour comparer la contribution des établissements à l'étude avec celle d'autres agents économiques, le tableau 15[6,7] présente la valeur de la production et le nombre de personnes occupées (emploi) de diverses industries du SCIAN[8]. Or, on constate que, en ce qui a trait au PIB, la part des établissements spécialisés en production multimédia se compare avantageusement à la part des industries de présentation de films et de vidéos (0,04 %) et des établissements du patrimoine (0,07 %).

Tableau 14

Valeur ajoutée des établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2003-2004[1]

	$
Valeur des extrants	**325 528 375**
Revenus provenant de la production de biens et services	314 126 257
Autres revenus d'exploitation	11 402 118*
Valeur des intrants	**105 488 201**
Achat de matières premières, de composants, d'équipement et de fournitures pour la conception des produits	17 422 255
Dépenses pour sous-traitance et pour services professionnels	34 582 298
Autres achats de services	53 483 647
Valeur ajoutée (valeur des extrants moins valeur des intrants)	**220 040 174**

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent.

* Donnée à utiliser avec prudence, à titre indicatif seulement, car l'estimation statistique est d'une précision passable ou faible.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

6. Sauf pour les établissements spécialisés en production multimédia, le tableau 15 présente le produit intérieur brut (ou valeur ajoutée) aux prix de base de 1997. L'évaluation de la production aux prix de base signifie que le revenu net est défini comme le revenu reçu par les producteurs pour la production ou la vente des produits moins les impôts à payer plus les subventions à recevoir sur ces produits.

7. Dans le tableau 15, les données relatives aux différentes industries listées ne s'additionnent pas entre elles. Premièrement, la valeur ajoutée et l'emploi des établissements spécialisés en production multimédia sont déjà comptabilisés à l'intérieur de diverses industries du SCIAN, dont certaines figurent dans le tableau. Deuxièmement, les différentes industries apparaissant dans le tableau ne représentent pas l'ensemble de l'économie québécoise. Troisièmement, les secteurs du SCIAN marqués dans le tableau par un code à deux chiffres englobent des sous-secteurs (codé à trois chiffres), lesquels englobent des groupes (codé à quatre chiffres), qui eux englobent des classes (codé à cinq chiffres). Conséquemment, la somme des différentes parties listées ne correspond pas au total de l'ensemble.

8. Le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) est la classification des industries mise au point conjointement par le Canada, les États-Unis et le Mexique, afin de refléter la structure industrielle de l'économie nord-américaine.

Tableau 15
Contribution de diverses industries à l'économie, Québec, 2004

Code SCIAN 2002	Industrie	Valeur ajoutée[1]		Emploi	
		M$	%	k	%
...	Établissements spécialisés en production multimédia[2]	220,0	0,10	5,3	0,14
51	**Industrie de l'information et industrie culturelle**	**9 897,3**	**4,52**	**87,2**	**2,37**
5111	Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de répertoires	951,7	0,43	..	..
5112	Éditeurs de logiciels	870,1	0,40	..	..
5121	Industries du film et de vidéo	675,1	0,31	..	..
51211	Production de films et de vidéos				
51212	Distribution de films et de vidéos	597,4	0,27	..	..
51219	Postproduction et autres industries du film et de la vidéo				
51213	Présentation de films et de vidéos	77,2	0,04	..	..
5122	Industries de l'enregistrement sonore	76,8	0,04	..	..
5151	Radiodiffusion et télédiffusion	684,9	0,31	..	..
5152	Télévision payante et spécialisée	422,2	0,19	..	..
54	**Services professionnels, scientifiques et techniques**	**8 691,2**	**3,97**	**221,1**	**6,00**
5415	Conception de systèmes informatiques et services connexes	2 313,5	1,06	54,6	1,48
5418	Publicité et services connexes	649,4	0,30	..	..
71	**Arts, spectacles et loisirs**	**2 252,7**	**1,03**	**76,7**	**2,08**
711	Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes	1 055,7	0,48	..	..
712	Établissements du patrimoine	158,8	0,07	..	..
...	**Ensemble de l'économie**	**219 193,6**	**100,00**	**3 685,9**	**100,00**

1. Sauf pour les établissements spécialisés en production multimédia, il s'agit de la valeur ajoutée aux prix de base de 1997. L'évaluation de la production aux prix de base signifie que le revenu net est défini comme le revenu reçu par les producteurs pour la production ou la vente des produits moins les impôts à payer plus les subventions à recevoir sur ces produits.
2. Les établissements spécialisés en production multimédia ne font pas l'objet d'un groupe ou d'une classe particulière du SCIAN. Ils sont plutôt disséminés dans diverses industries du SCIAN. La valeur ajoutée et l'emploi de ces établissements sont donc déjà comptabilisés à l'intérieur de ces diverses industries du SCIAN, dont certaines figurent dans le tableau. Conséquemment, les données relatives aux établissements spécialisés en production multimédia ne s'additionnent pas aux données des autres industries figurant dans le tableau.

Sources : Statistique Canada, *Enquête sur la population active*, compilation spéciale.
Institut de la statistique du Québec, *Le produit intérieur brut au Québec par industrie*.
Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2003-2004*.

Merci aux établissements participants

L'*Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2003-2004* n'aurait pu être menée sans la collaboration des établissements sollicités à titre de répondants. L'Observatoire de la culture et des communications du Québec les remercie chaleureusement d'avoir consacré du temps pour répondre au questionnaire d'enquête.

statistiquesenbref

La version PDF de ce document est consultable à l'adresse suivante : www.stat.gouv.qc.ca/observatoire

Ce bulletin est conçu par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Pour tout renseignement veuillez communiquer avec Christine Routhier (418) 691-2414, poste 3053 ou christine.routhier@stat.gouv.qc.ca

Observatoire de la culture et des communications
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3e étage
Québec (Québec) G1R 5T4
Téléphone : (418) 691-2414
Télécopieur : (418) 643-4129

ISSN : 1708-9182 (version imprimée)
ISSN : 1715-6440 (en ligne)
© Gouvernement du Québec

Institut de la statistique Québec